

METODOLOGIA PER RICERCHE ON LINE

IL METODO IVANOV

IVANOV

Metodologia per la conduzione di ricerche utilizzando le risorse della rete

Interrogarsi,

scegliere i Vocaboli,

scegliere l' Ambito di ricerca,

scegliere il Nocchiero ovvero il motore di ricerca

dare un' Occhiata ai primi risultati,

Valutare i risultati.

I FASE: INTERROGARSI

- ✗ Mi faccio la domanda: Cosa sto cercando?
- ✗ Formulo la risposta ed estrapolo le parole chiave
- ✗ Distinguo tra informazioni
 - + univoche
 - + non univoche

Imparare a farsi domande è un'arte

IVANOV

Interrogarsi,

scegliere i Vocaboli,

scegliere l' Ambito di ricerca,

scegliere il Nocchiero ovvero il motore di ricerca

dare un' Occhiata ai primi risultati,

Valutare i risultati.

II FASE: SCEGLIERE I VOCABOLI DA INCROCIARE

- ✗ Scelgo i vocaboli pertinenti
- ✗ Scelgo i connettivi giusti

MA COSA SI INTENDE PER VOCABOLI PERTINENTI?

Sono tutti quelli che hanno direttamente a che fare con la nostra ricerca (nomi propri, titoli date, ecc.)

COSA SI INTENDE PER CONNETTIVI DI RICERCA?

Sono “ponti” che uniscono tra loro frasi, periodi, paragrafi (avverbi, congiunzioni, locuzioni avverbiali, ecc.)

Sono elementi che segnalano la relazione (rapporto logico) tra frasi o gruppi di frasi



Servono a “scremare”, aiutano a trovare informazioni più precise

ESEMPI

VOCABOLI PERTINENTI



CONNETTIVI DI RICERCA

Es. voglio conoscere la data di nascita di
napoleone

Digito: vocabolo + connettivo

CERCO:

- ✗ Nascita Napoleone
- ✗ Data di nascita napoleone

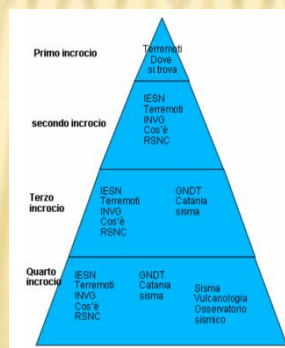
NON:

La data di nascita di napoleone

INCROCIANDO VOCABOLI PERTINENTI E CONNETTIVI SI OTTERRANNO MOLTEPLICI PAGINE DI “RISULTATI DI RICERCA”

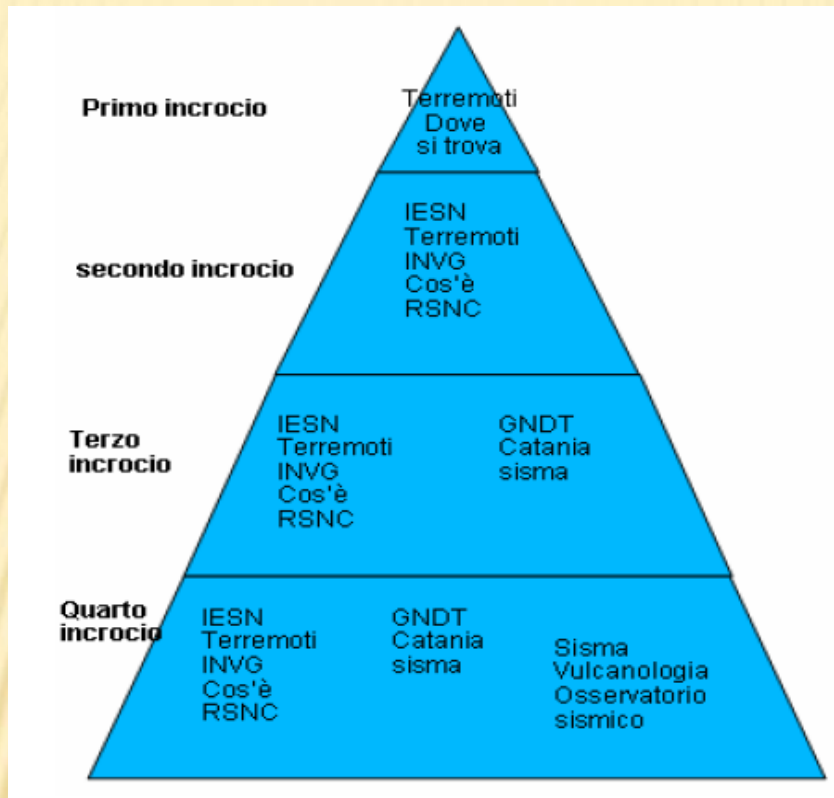
- ✗ Non fermarsi ai primi link
- ✗ Lanciare ulteriori ricerche (seconda, terza...) utilizzando le informazioni via via acquisite

IL METODO A PIRAMIDE



Distinguere le varie famiglie di connettivi: Who, where, when, what, why

IL METODO A PIRAMIDE



Ad ogni incrocio si acquisiscono nuove informazioni che, opportunamente incrociate tra loro, danno origine ad innumerevoli possibilità di ricerca.

Meglio lanciare nuove ricerche con i vocaboli acquisiti piuttosto che scorrere oltre la terza pagina

IVANOV

Interrogarsi,

scegliere i Vocaboli,

scegliere l' Ambito di ricerca,

scegliere il Nocchiero ovvero il motore di ricerca

dare un' Occhiata ai primi risultati,

Valutare i risultati.

III FASE: SCEGLIERE L'AMBITO DI RICERCA

È IL LUOGO DI RICERCA tra quelli reperibili in rete

- ✗ Web
- ✗ Immagini
- ✗ Video
- ✗ Le mappe
- ✗ I blog
- ✗ notizie

IL WEB “CERCA SU INTERNET”

È l'ambito più utilizzato in assoluto

- ✗ In realtà il web è solo uno dei tanti “cassetti” per trovare informazioni utilizzando la rete che è internet.

LA RICERCA SUL WEB CON L'USO DI GOOGLE

- ✗ Avviando una ricerca con Google, esso risponde restituendo un elenco di pagine web correlate ai termini di ricerca. Occorre:
 - + Scegliere i termini di ricerca giusti :
 - ✗ Egitto
 - ✗ Egitto hotel
 - ✗ Egitto hotel lusso

- ✖ Maiuscolo= minuscolo
- ✖ And automatico
- ✖ Esclusione automatica di parole di uso comune (dove, come...). Se invece è essenziale inserire + o anche virgolettare
- ✖ Ricerca per frase “Il potere logora chi non ce l’ha”

IV FASE: SCEGLIERE L'AMBITO DI RICERCA

È IL LUOGO DI RICERCA tra quelli reperibili in rete

- ✗ Web
- ✗ Immagini
- ✗ Video
- ✗ Le mappe
- ✗ I blog
- ✗ notizie

IVANOV

Interrogarsi,

scegliere i Vocaboli,

scegliere l' Ambito di ricerca,

scegliere il Nocchiero ovvero il motore di ricerca

dare un' Occhiata ai primi risultati,

Valutare i risultati.

V FASE: SCEGLIERE IL NOCCHIERO

OVVERO IL MOTORE DI RICERCA

- ✗ Il nocchiero è un modo più aulico di designare un motore di ricerca.
- ✗ Molti pensano che tutti i motori di ricerca si equivalgano. In realtà non è così
- ✗ Usare Google piuttosto che Yahoo o Altavista (motori di ricerca orizzontali) non comporta molte differenze. La differenza invece la fa l'uso di motori di ricerca diversi: vortali, banche dati, metamotori di ricerca, motori di ricerca verticali etc.

I MOTORI DI RICERCA

- Orizzontali —→ Motori classici (Google, Altavista, Yahoo...) search engine e directories
- Verticali —→ VORTALE (sito che permette di accedere a informazioni relative ad un solo settore)

IVANOV

Interrogarsi,

scegliere i Vocaboli,

scegliere l' Ambito di ricerca,

scegliere il Nocchiero ovvero il motore di ricerca

dare un' Occhiata ai primi risultati.

Valutare i risultati.

V FASE: UN'OCCHIATA AI RISULTATI

Anche se questa fase sembra scontata, occorre saper leggere i risultati ovvero:

- ✗ Saper valutare se la ricerca ha prodotto risultati apprezzabili che vale la pena approfondire

VI FASE: VALUTAZIONE DEI RISULTATI

È una fase complessa in cui è bene evidenziare alcune sottofasi:

- ✗ Seguire i link ritenuti più interessanti
- ✗ Raccogliere informazioni nuove
- ✗ Valutare l'attendibilità dell'informazione

* Ciò che scrive l'autore è credibile?

* È pertinente (riguarda cioè l'argomento trattato)?

* L'autore si attiene all'argomento oppure, a volte o spesso, divaga?

* Che cosa vuole dimostrare l'autore?

* È convincente?

* Le argomentazioni ("prove") che porta a sostegno delle sue idee sono valide?

* È "giusto" ciò che afferma?

* Sono d'accordo, totalmente o parzialmente, con l'autore?

Le informazioni possono essere non attendibili per vari motivi, ad esempio:

* chi le realizza ha scopi ideologici, politici, vuole cioè

continuare qualcosa

ALCUNI CRITERI DI VALUTAZIONE

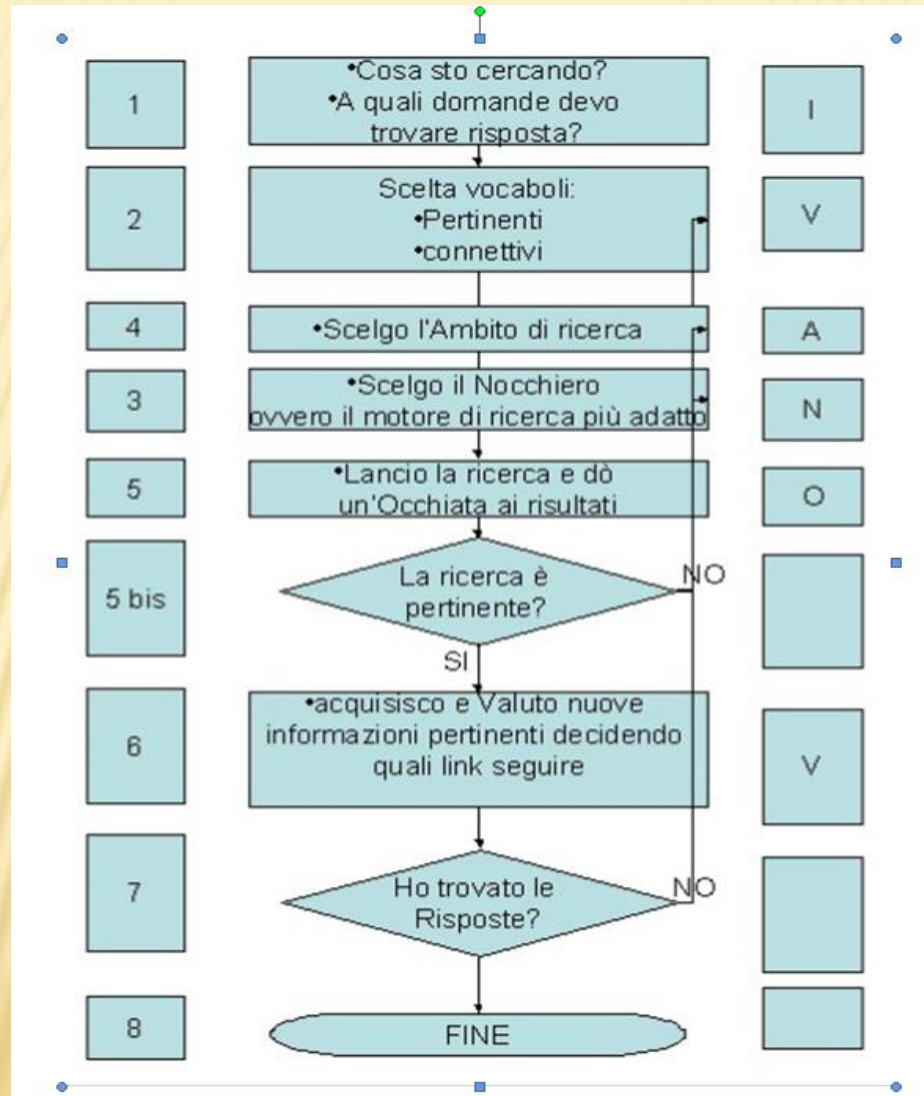
- ✖ Credibilità
- ✖ Accuratezza
- ✖ Ragionevolezza
- ✖ Sostegno
- ✖ Usabilità
- ✖ Altro (specificare)

ALCUNI CRITERI DI VALUTAZIONE

LA FONTE è:

- × Credibilità
- × Accuratezza
- × Ragionevolezza
- × Sostegno
- × Usabilità
- × Altro (specificare)
- × attendibile, riconosciuta
- × aggiornata, esatta, veritiera
- × corretta, oggettiva, conflitti
- × giustificata, contatti autore
- × di facile utilizzo
- ×

METODOLOGIA IVANOV



COMPITO IN COPPIA

I COMPITO:

- ✕ Obiettivo della ricerca (domande):
- ✕ Vocaboli usati:
- ✕ Ambito di ricerca:
- ✕ Motore di ricerca utilizzato:
- ✕ Valutazione rapida dei primi risultati della ricerca:
- ✕ Nuove informazioni acquisite mediante la prima ricerca:
- ✕ Vocaboli usati nella PRIMA reiterazione della ricerca:
- ✕ Vocaboli usati nella SECONDA reiterazione della ricerca:

II COMPITO:

- ✕ Domande da cui parte la ricerca:
✕ _____
✕ _____
- ✕ In seguito alla ricerca sono stati individuati alcuni siti che offrono risposte alle domande iniziali? Se sì, compilate la seguente griglia:
- ✕
- ✕
- ✕ Denominazione della risorsa
- ✕ Indirizzo della risorsa
- ✕
- ✕
- ✕
- ✕
- ✕
- ✕
- ✕ Criteri di valutazione rispetto alla risorsa
- ✕
- ✕
- ✕
- ✕
- ✕

GRAZIE PER L'ATTENZIONE